



PROJECTE COMERCIAL SANT PERE DE RIBES

Annex Resum Executiu

ANÀLISI DE LA DEMANDA

- Enquestes “ a destí”

NUCLI DE RIBES

117
enquestes

NUCLI DE LES
ROQUETES

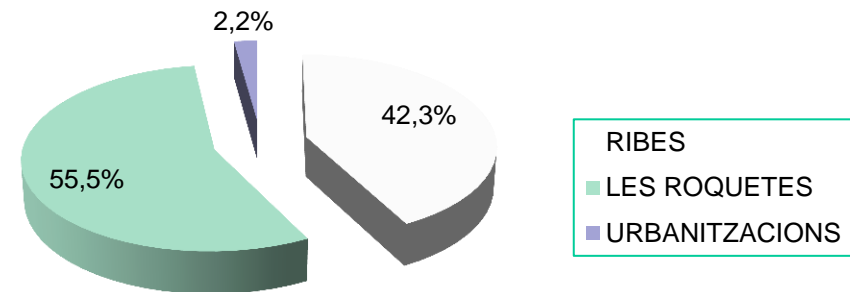
150
enquestes

GLOBAL: 267 ENQUESTES

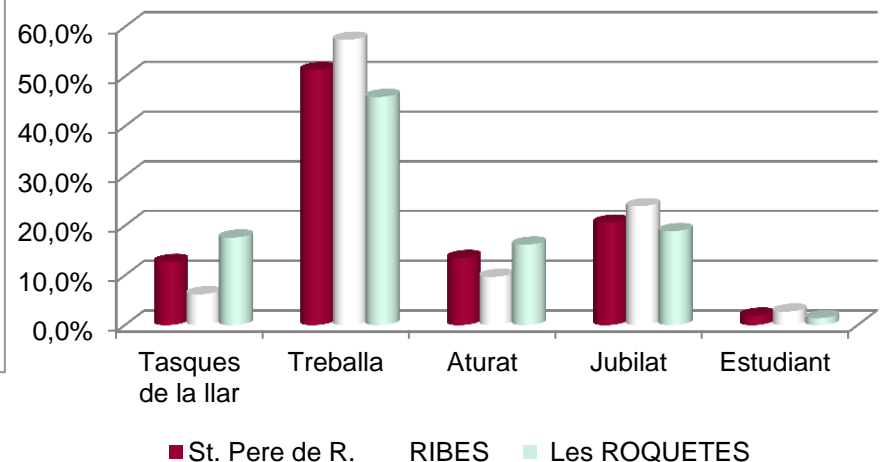
CARACTERÍSTIQUES DE LA POBLACIÓ MOSTRAL: perfil del potencial comprador del municipi

- ✓ Majoritàriament femení, destacant però les compres realitzades per un 35% dels homes,
- ✓ De mitjana edat, entorn els 48 anys.
- ✓ Que treballa (en un 57.4% dels casos), ja sigui a la ciutat de Barcelona, al propi municipi o bé a Vilanova i la Geltrú, es troba en situació d'atur en un 13.5% dels casos o jubilada (20.6%).

Lloc de residència de l'enquestat.

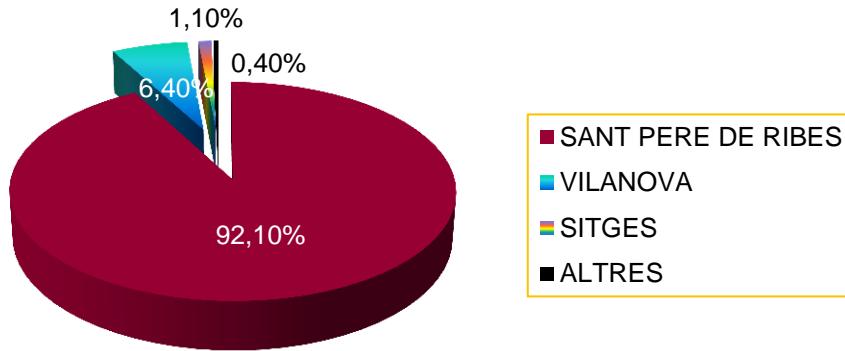


Ocupació de l'entrevistat

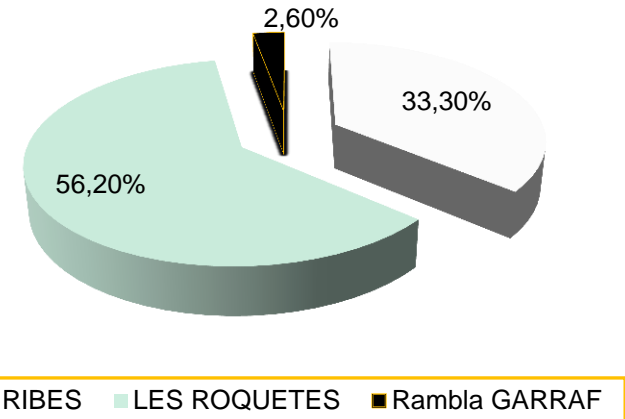


HÀBITS DE COMPRA: ALIMENTACIÓ FRESCA

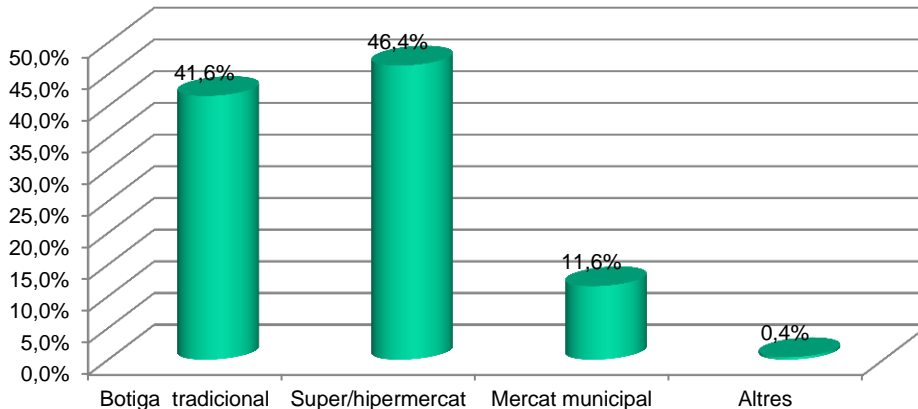
Lloc de compra principal de l'alimentació fresca



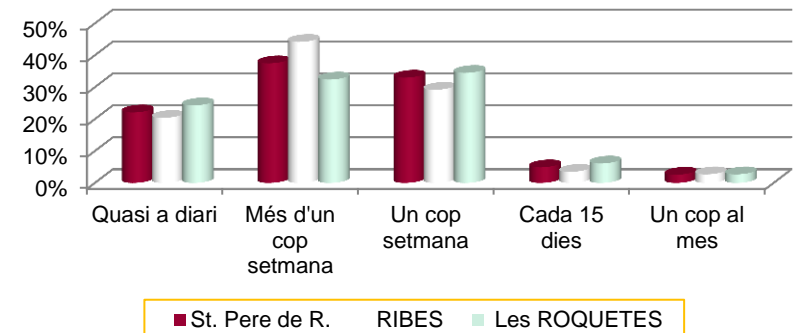
Lloc de compra principal de l'alimentació fresca al municipi de Sant Pere de Ribes



Tipus d'establiment per la compra de productes Alimentaris Frescos.

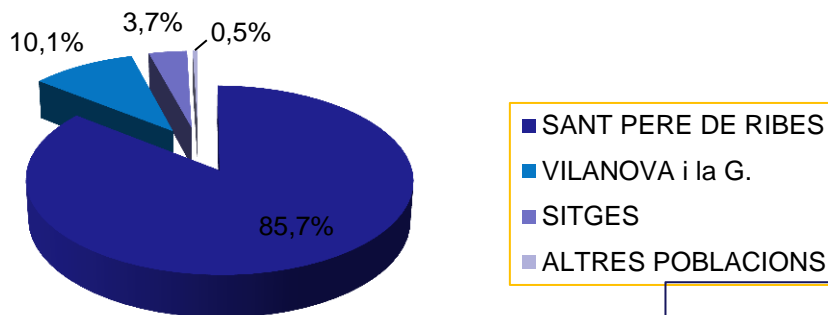


Freqüència de compra dels productes frescos segons el nucli de residència.

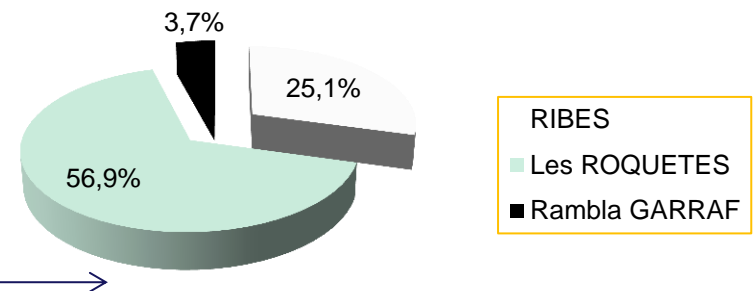


HÀBITS DE COMPRA: ALIMENTACIÓ SECA

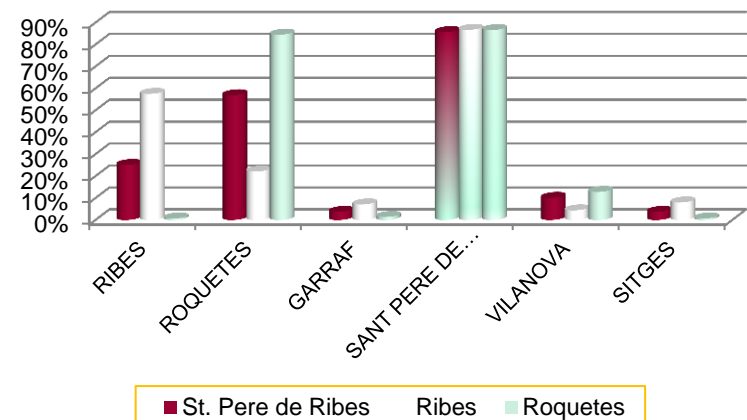
Lloc de compra principal dels productes secs.



Lloc de compra principal de producte sec a Sant Pere de Ribes.

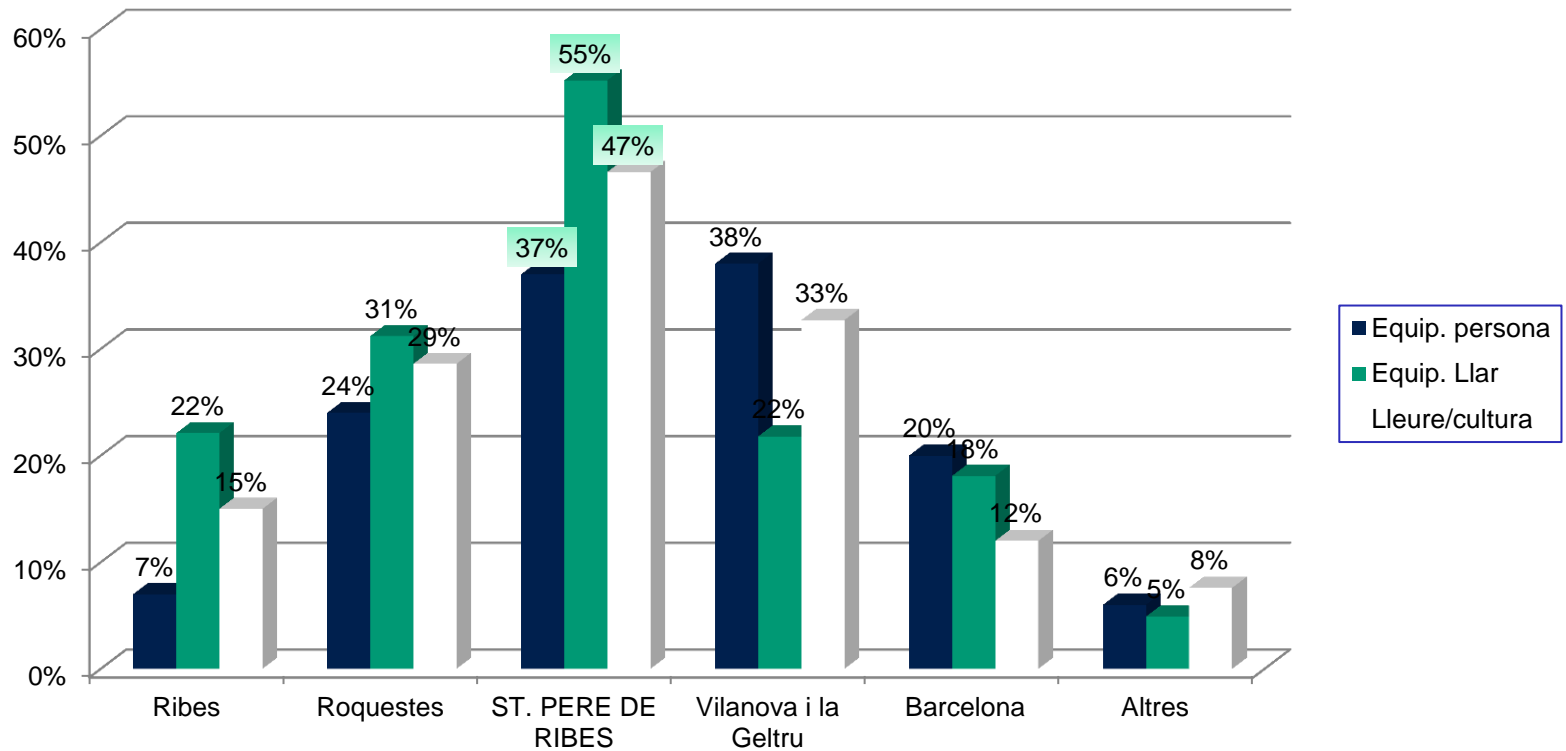


Lloc de compra PRINCIPAL de producte sec segons nucli de residència

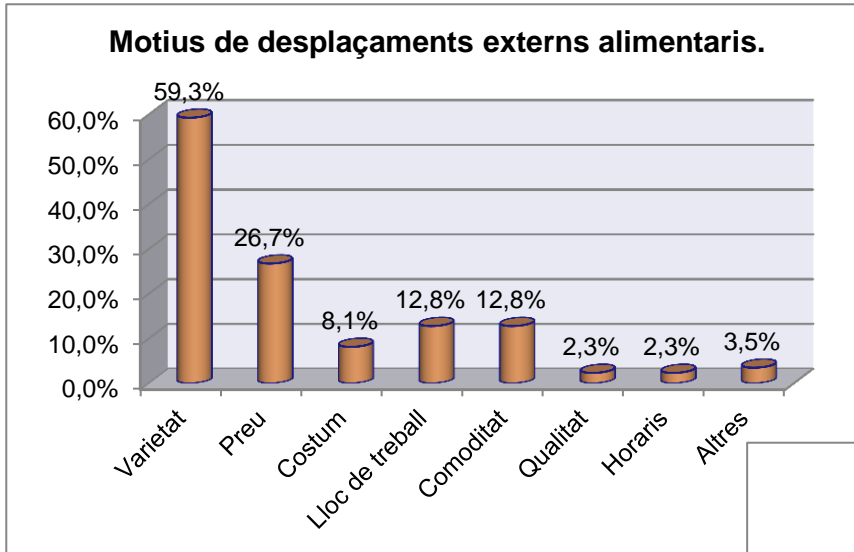


Freqüència	NUCLIS		
	ST. PERE	RIBES	LES ROQUETES
Quasi a diari	14.6%	9.7%	18.9%
+ d'un cop setmana	31.2%	42.5%	23.0%
Un cop per setmana	38.2%	32.7%	41.9%
Cada 15 dies	8.6%	9.8%	6.8%
Un cop al mes	6.7%	4.4%	8.8%
Menys d'un cop al mes	0.7%	0.9%	0.6%
GLOBAL	100.0%	100.0%	100.0%

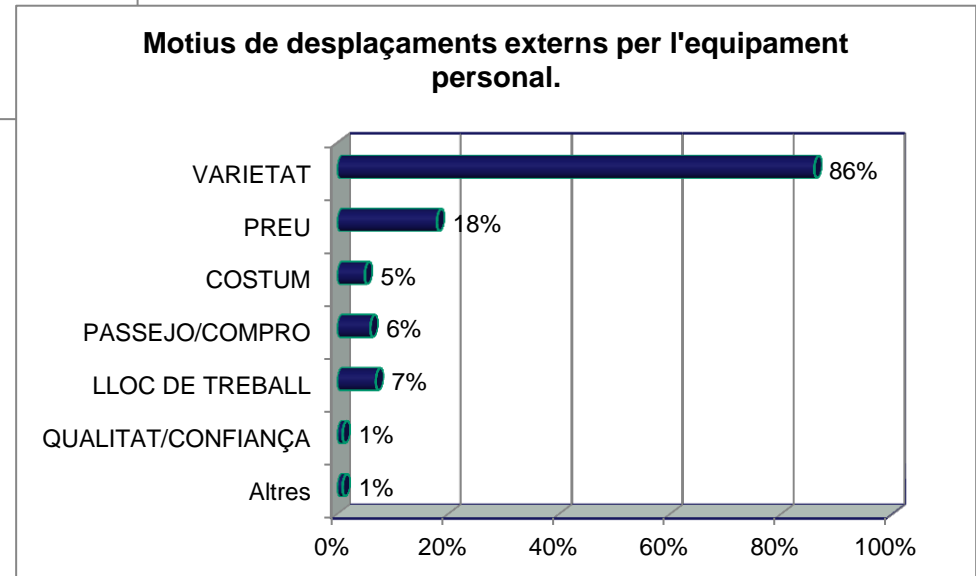
HÀBITS DE COMPRA: EQUIPAMENT



MOTIU DE DESPLAÇAMENT EXTERN



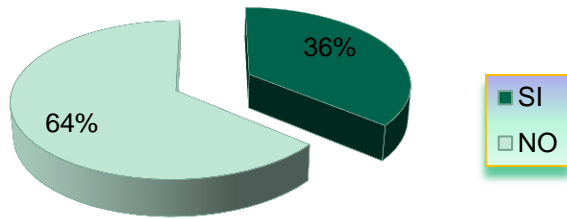
Base 32% de la mostra



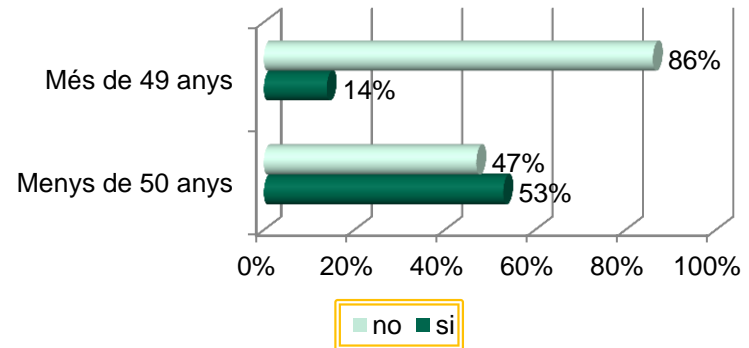
.Base 80% de la mostra.

SOCIAL E-COMMERCE

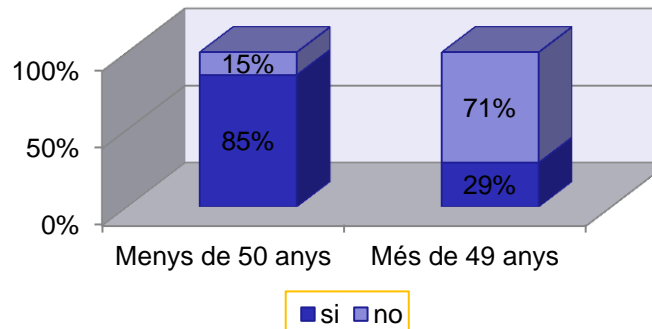
Ha comprat durant el darrer any algun producte per internet?



Ha comprat durant el darrer any algun producte per internet segons edat

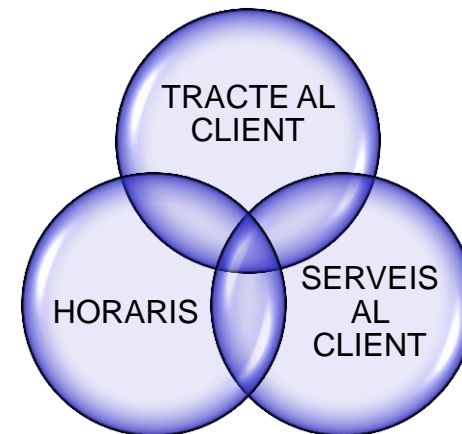
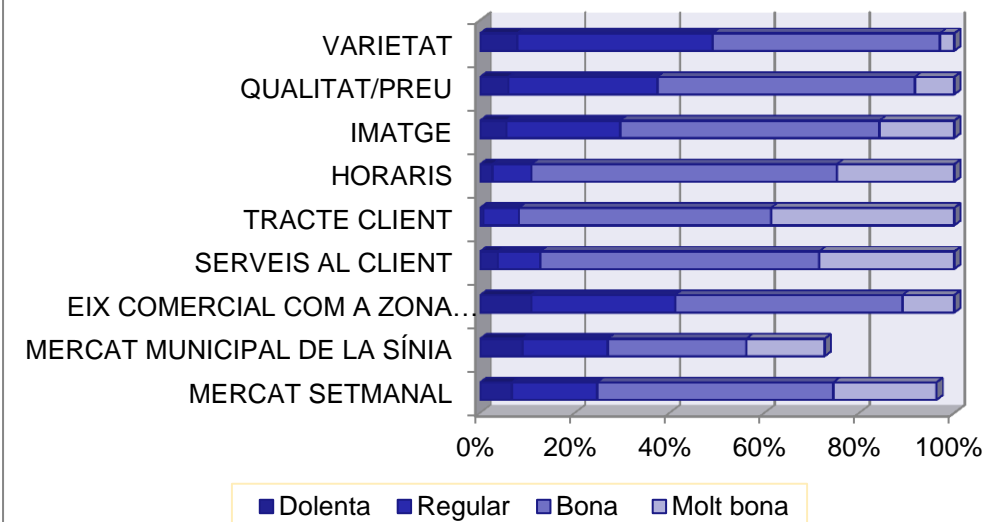


Utilitza les xarxes socials habitualment?-segons edat-



OPINIÓ SOBRE EL COMERÇ

Valoració del comerç del centre.



Més varietat
d'oferta
(34%)

Espais d'oci
(24%)

Entorn
urbanístic
(17%)

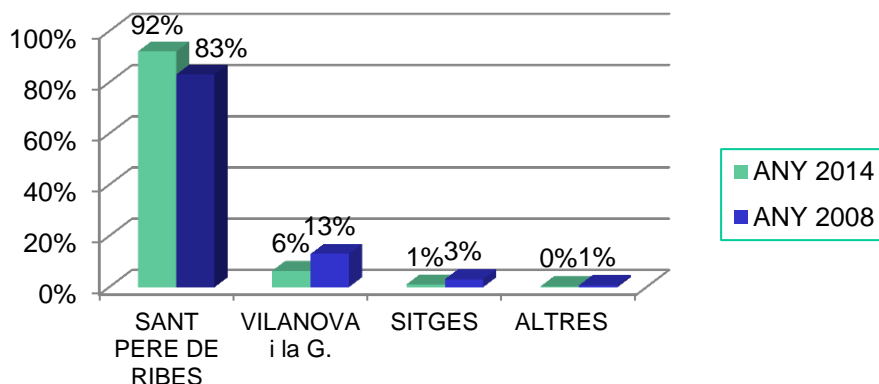
ASPECTES A
MILLORAR

Neteja dels
carrers
(13%)

Potenciar el
comerç
(10%)

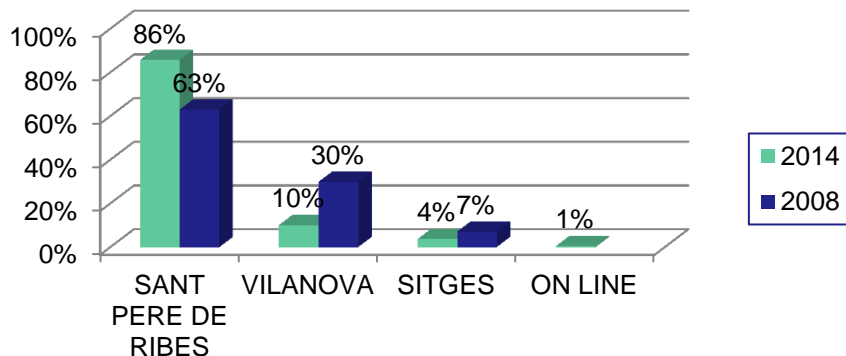
ANÀLISI COMPARATIU: Evolució dels hàbits de compra(2008-2014)

Lloc principal de compra de l'alimentació fresca

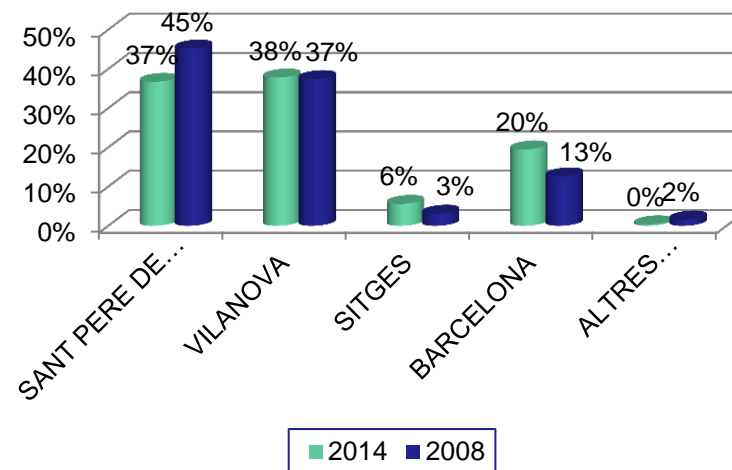


	2008	2014
Quasi a diari	5%	22%
Més d'un cop setmana	53%	38%
Un cop setmana	38%	33%
Cada 15 dies	3%	5%
Un cop al mes	1%	3%
TOTAL	100%	100%

Lloc principal de compra de l'alimentació seca.



Lloc de compra de l'equipament personal



OBJECTIUS ESTRUCTURALS

ESTRATÈGICS

COMERCIALS

I

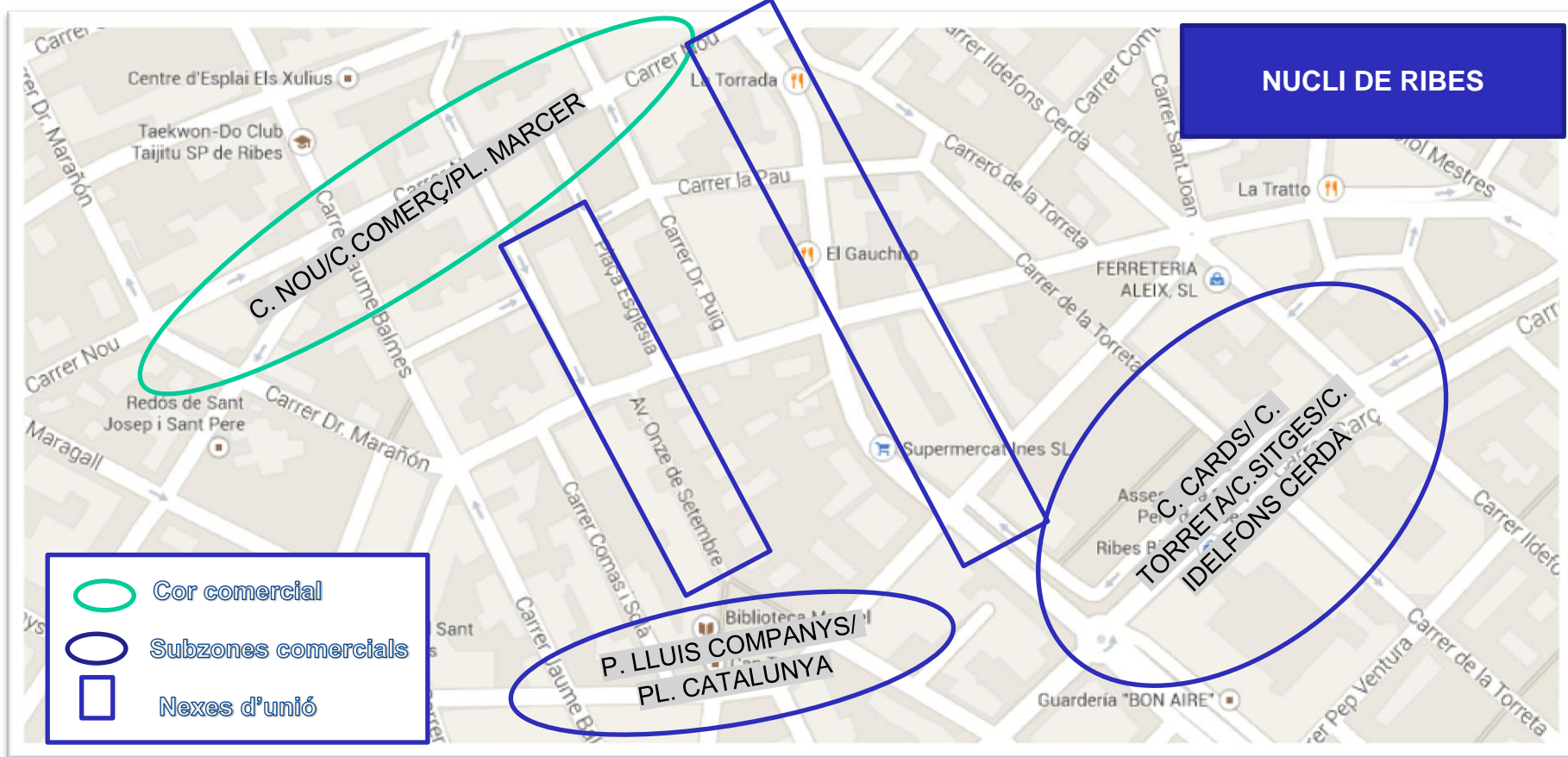
Espai comercial
útil pels residents

Incrementar
l'atractivitat

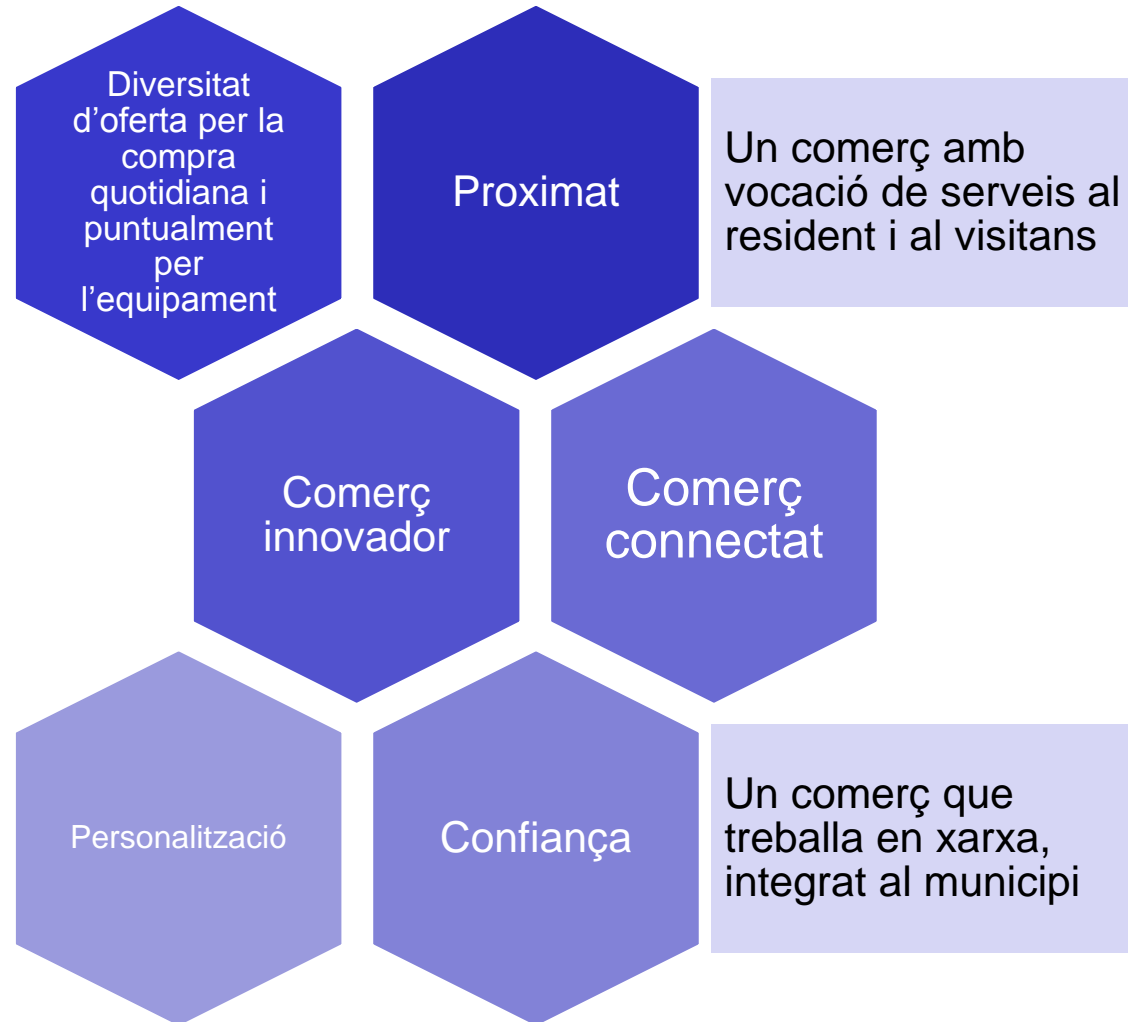
Augmentar el grau
de notorietat i ús
de les diferents
zones comercials

Entorn comercial
còmode i cuidat

ÀMBIT D'ACTUACIÓ:



QUÈ HEM D'OFERIR:



QUÈ HEM DE FER: ACCIONS

- **Renovar els establiments tant a nivell interior com exterior, tenint present els hàbits, desitjos i necessitats del nostre potencial client**



ORGANITZACIÓ DE
LA BOTIGA

EXPOSICIÓ DEL
PRODUCTE



RÈTOL

IL.LUMINACIÓ

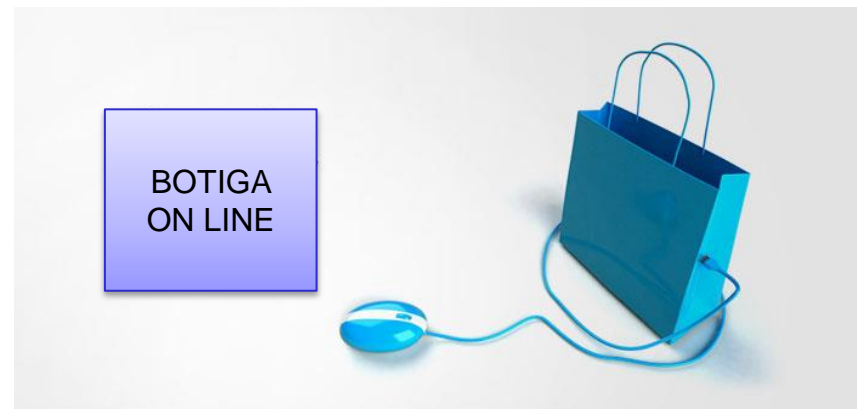
APARADORS

FAÇANA

La integració amb el
carrer: terrasses,
displays

QUÈ HEM DE FER: ACCIONS

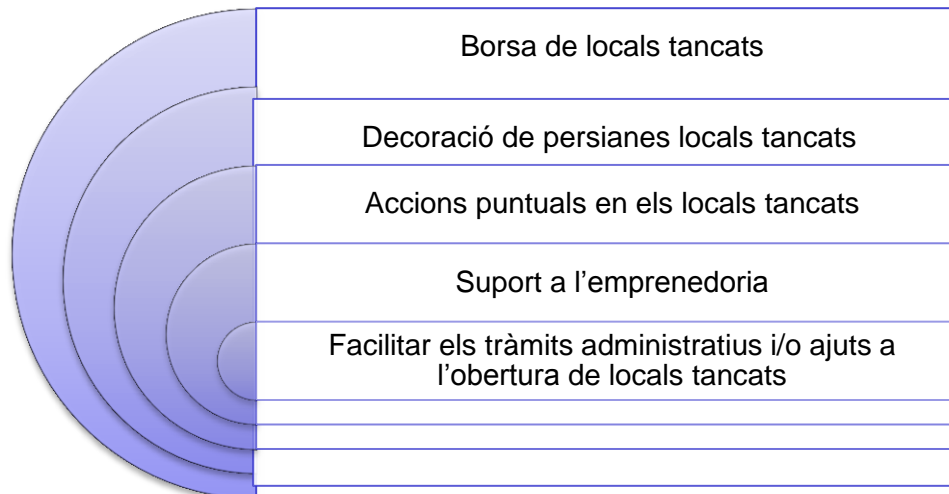
- **Plantejar-se i estudiar les possibilitats de l'e-commerce en els negocis comercials per incrementar la seva rendibilitat: botigues on-off line: Botigues virtuals com a complement de la venda física i la utilització de les xarxes socials com a canal de comunicació amb els clients, tan per les botigues físiques com per les virtuals.**



QUÈ HEM DE FER: ACCIONS

■ Potenciar l'obertura dels locals tancats en els eixos comercials

- ✓ En el cas del nucli de Ribes cal prioritzar l'eix comercial per excel·lència entorn del carrer nou/comerç/pl. Marcer i en el seu nexa d'unió amb la plaça Catalunya, per reforçar-lo com a eix comercial per excel·lència amb vocació supramunicipal, tot potenciant el seu caràcter lúdic.
- ✓ En el cas de Les Roquetes en els carrers Sant Jordi, Roger de Flor, Almogàvers i Av.Catalunya, amb un important nombre de locals tancats, sense oblidar els locals tancats del mercat municipal



QUÈ HEM DE FER: ACCIONS

- **Formació i informació als empresaris dels establiments comercials i serveis**



QUÈ HEM DE FER: ACCIONS

- **Establir sinèrgies amb altres activitats del municipi que puguin incrementar l'atractivitat de la localitat, tant pels visitats com pels propis residents.**



- **Pla de dinamització comercial**

Potenciar les associacions de comerciants com a impulsors de la dinamització comercial i com a interlocutors dels comerços i serveis

QUÈ HEM DE FER: ACCIONS

- Amabilitzar i cuidar l'entorn comercial per afavorir l'ús lúdic del municipi

